

ANALISIS SUKU BUNGA KREDIT KEPADA KONSUMEN PADA PT.TRIDJAYA MULIA SUKSES MANADO

**INKE LUPITA KARAMOJ
TINNEKE M. TUMBEL
HARRY J. SUMAMPOUW**

SUMMARY

We know that every company aims to survive and thrive. Goals can be achieved through efforts to maintain and even increase profits. Profits can only be achieved if the company can maintain and increase the sales volume of goods and services sold. The purpose of this study is to determine the effect of lending rates to consumers. The interest rate is the price of the use of money or loan services or can also be viewed as rent or use of certain term money. And the consumer is any user of goods / services available in the community either for their own interests, family, or other living creatures. The type of research used in this study is quantitative research. Based on the results of research on PT.Tridjaya Mulia Success when the money or the amount of money is greater than the amount of money needed then the price of goods or services will tend to rise and vice versa. If the inflation rate creeps up, the interest rate or the price of money offered will tend to increase.

Keywords: Interest Rate of Credit to Consumer

PENDAHULUAN

Persaingan yang semakin tajam dan ketat mengakibatkan perusahaan-perusahaan harus mengambil keputusan yang tepat untuk memungkinkan kelangsungan terhadap pertumbuhan usaha perusahaan itu. Dalam menetapkan keputusan dibidang usaha perlu didasarkan atas pertimbangan bahwa strategi perusahaan haruslah terarah pada upaya untuk meningkatkan keunggulan dari sasaran barang/jasa yang lain untuk lebih memperlancar hubungan produsen dan konsumen terhadap pembelian dan penjualan suatu produk.

Demikian kemajuan yang dicapai pada saat ini banyak perusahaan melakukan usaha perdagangan dan penjualan terhadap beraneka ragam barang/jasa, yang diharapkan dapat menarik konsumen untuk

memenuhi kebutuhannya. Sebagaimana perkembangan teknologi yang begitu pesat memunculkan perubahan-perubahan perusahaan industri yang bergerak pada kegiatan berupa kendaraan roda dua atau jenis sepeda motor, sebagai sarana angkutan untuk mendukung transportasi darat/jalan.

Kehadiran jenis kendaraan roda dua ini telah menjadi bagian kebutuhan masyarakat baik yang ada diperkotaan maupun yang ada didesa. Sehingga semakin banyak perusahaan melakukan ekspansi perusahaan diseluruh daerah Indonesia dengan membuka cabang perusahaannya berupa dealer (agen) yang menyalurkan barang maupun jasa servisnya. Sepeda motor menjadi suatu fenomena menarik banyak terlihat dikalangan masyarakat biasa maupun menengah yang menggunakan

untuk mendukung aktivitas sehari-hari. Keadaan ini menjadi salah satu faktor pemicu tingginya minat untuk membeli jenis kendaraan roda dua. Melihat manfaat terhadap kendaraan tersebut dan besarnya kepercayaan masyarakat terhadap sepeda motor, mendorong semangat untuk perusahaan-perusahaan sejenis dengan merek tertentu untuk bersaing, berkompetisi dipasaran dengan ragam tipe, desain dengan performa untuk sasaran segment pasar maupun pangsa pasar peluang unggulan bersaing.

Kita mengetahui bahwa setiap perusahaan bertujuan untuk dapat tetap hidup dan berkembang. Tujuan dapat diraih melalui upaya untuk mempertahankan dan bahkan meningkatkan keuntungan. Keuntungan hanya dapat diraih bila perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan volume penjualan barang dan jasa yang dijual.

PT.Tridjaya Mulia Sukses selaku salah satu produsen resmi yang menjual sepeda motor merek honda yang berafiliasi dengan dealer dari Astra Authorized Service Station melayani service dan menjual berbagai tipe jenis merek Motor Honda. Kualitas produk didukung oleh fitur keawetan dan daya tahan suatu produk maupun hemat BBM, dengan harga jual yang menarik menjadi andalan bersaing.

Selain faktor esensial dalam tujuan perusahaan adalah memperoleh laba dari aktivitas penjualan produk dan jasa untuk kelangsungan kegiatan operasional perusahaan, untuk menjangkau tingkat pendapatan ekonomi masyarakat yang bervariasi, dan memperoleh kesempatan memiliki sepeda motor, pihak perusahaan

melakukan penjualan dengan sistem tunai dan kredit (angsuran).

Soemarso (2004 : 80) penjualan kredit adalah penjualan barang atau jasa dengan memberikan kelonggaran waktu yang biasanya dengan memperbolehkan pelanggan membayar kemudian atas penjualan barang atau jasa yang dilakukan.

Untuk meningkatkan persaingan penjualan atas sesama kompetitor, alasan kebijakan perusahaan menjual secara kredit, Pertama ; Karena perusahaan dapat menjual lebih banyak ketimbang jika menjual secara tunai, Kedua ; Lebih menguntungkan untuk menjual secara kredit dibandingkan secara tunai, Ketiga ; manajemen meyakini bahwa pemberian kredit akan mendorong pembeli untuk membeli barang yang kemungkinan tidak akan dibelinya jika barang tersebut dijual dengan tunai.

Barang dan jasa memiliki nilai atau harga yang diukur dalam satuan uang. Harga dari uang disebut tingkat bunga. Inflasi diartikan sebagai kenaikan harga barang dan jasa secara kontinyu karena berbagai sebab. Manakala uang (jumlah uang lebih besar dibandingkan dengan jumlah jumlah uang yang dibutuhkan) maka harga barang/jasa akan cenderung naik demikian pula sebaliknya. Apabila laju inflasi merangkak naik, maka tingkat bunga (harga dari uang) yang ditawarkan akan cenderung meningkat.

Dalam kredit motor ini juga terdapat suku bunga yang dikenakan yang harus dibayarkan dalam pembelian motor. Suku bunga adalah tambahan biaya sesuai kesepakatan aturan yang disetor selain pokok yang dipinjam. Masalah suku bunga menjadi analisis dalam kajian pemberian

kredit/penerima kredit dalam kesepakatan transaksi diluar pembayaran tunai.

Dengan masalah yang telah dijelaskan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah suku bunga kredit berpengaruh terhadap konsumen yang ada di PT.Trdjaya Mulia Sukses

LANDASAN TEORI

Mac Leon mendefinisikan pengertian credit yaitu (Firdaus dan Ariyanti 2009:2) Oleh karena itu Kredit adalah suatu reputasi yang dimiliki seseorang yang memungkinkan ia bisa memperoleh uang, barang-barang atau tenaga kerja, dengan jalan menukarkannya dengan suatu perjanjian untuk membayarnya disuatu waktu yang akan datang. Menurut UU No.10 pasal 13 tahun 1998 Kredit adalah menghimpun menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan berupa deposito berjangka, tabungan, dan/atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu ; memberikan kredit ; menyediakan pembiayaan dan penempatan dana berdasarkan Prinsip Syariah, sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Bank Indonesia ; menempatkan dananya dalam bentuk Sertifikat Bank Indonesia (SBI), deposito berjangka, sertifikat deposito, dan/atau tabungan pada bank lain. Tingkat suku bunga adalah harga dari penggunaan uang atau jasa pinjaman atau juga bias dipandang sebagai sewa atau penggunaan uang jangka tertentu. Tingkat bunga adalah “premi” yang harus diberikan untuk mendorong orang untuk menahan kekayaannya dalam suatu bentuk selain dari pada uang baku. Premi disini diumpamakan sebagai sebuah umpan sebagai daya penarik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada PT.Tridjaya Mulia Sukses Manado yang beralamat di Jalan Sam Ratulangi 7 Kel.Wenang Kota Manado. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dan data primer.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode wawancara, observasi , dan studi pustaka. Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah : (1) Data penjualan PT.Tridjaya Mulia Sukses tahun 2016, dan (2) Data pendapatan PT.Tridjaya Mulia Sukses tahun 2016.

Dalam penelitian ini, analisis data yang digunakan yaitu metode Net Present Value, Metode Internal Rate of Return, Metode Profitability Indeks, dan Metode Bunga Dibayar Dibelakang (Bambang Riyanto. 2001. *Dasar-Dasar Pembelajaran Perusahaan*. Yogyakarta : Edisi 4. BPFE)

HASIL DAN PEMBAHASAN

• PEMBAHASAN

PT.Tridjaya Mulia Sukses selaku salah satu produsen resmi yang menjual sepeda motor merek honda yang berafiliasi dengan dealer dari Astra Authorized Service Station melayani service dan menjual berbagai tipe jenis merek Motor Honda. Kualitas produk didukung oleh fitur keawetan dan daya tahan suatu produk maupun hemat BBM, dengan harga jual yang menarik menjadi andalan bersaing.

Selain itu, dealer ini melayani penjualan motor Honda secara cash maupun kredit. Bunga kredit yang dikenakan oleh PT. Tridjaya Mulia Sukses kepada konsumen tergantung dari jenis motor yang dibeli.

PT. Tridjaya Mulia Sukses atau lebih terkenal dengan nama Dealer Tridjaya Motor Honda sudah berdiri di Manado sejak tanggal 21 Mei 2010. Kepala Cabang pertama seorang wanita bernama Rahel Monica. Sampai sekarang Tridjaya Motor sudah mengembangkan sayap sampai di Madidir, Girian, Tomohon, Minahasa Utara, Lobu, Tombatu, Amurang, Tenga, Bolaang Mungondou Timur (Boltim), Kotamobagu, Bolaang Mungondou Utara (Bolmut), Bolaang Mungondou Selatan (Bolsel).

Selain itu Tridjaya juga menyediakan Pameran Motor Honda di Atrium Mega Mall, Atrium Mantos 1, Kawasan Mega Mas, Halaman Parkir Hotel Plaza, Halaman Parkir Paniki Jaya, Ruko Samrat, dan Ruko Sudirman.

Selama dealer Tridjaya Motor dibuka di Manado pada tahun 2015, penjualan Tridjaya Motor selalu nomor satu di wilayah Sulawesi Utara, walaupun sering mengalami penurunan angka penjualan, tetapi penjualan dealer Tridjaya Motor tetap nomor satu di Sulawesi Utara dibandingkan dealer motor Honda lainnya. Karena dealer Tridjaya Motor selalu menawarkan motor baru yang bagus dan modern, Tridjaya Motor juga sering memanjakan konsumen dengan harga yang terjangkau atau discount yang memuaskan ditambah lagi hadiah elektronik yang bisa dipilih untuk konsumen bawah pulang tanpa diundi.

Selain itu, prosesnya cepat dan motor bisa langsung diantar ke rumah konsumen tanpa ada biaya pengantaran, karena bagi Tridjaya Motor senyuman dan kepuasan konsumen adalah kebanggaan kami. Dan prinsip dan tujuan Tridjaya Motor berdiri di Manado untuk lebih memperkenalkan motor Honda di masyarakat Manado dan mengajak masyarakat Manado membeli motor di dealer Tridjaya Motor (Dealer resmi motor Honda).

• HASIL

Analisa dalam penelitian ini difokuskan pada perhitungan aspek investasi dana oleh perusahaan dalam bentuk penyaluran kredit konsumsi kepada para konsumen. Adapun analisa perhitungan dalam penelitian penerapan suku bunga kredit pada aspek investasi dana dalam bentuk penyaluran/pemberian kredit kepada konsumen PT. Tridjaya Mulia Sukses ini meliputi perhitungan Net Present Value dan Internal Rate Of Return serta perhitungan Profitability Indeks.

Berdasarkan data tahun 2016 pada PT. Tridjaya Mulia Sukses, jumlah kredit yang diberikan mencapai Rp.15.355.100.000 yang terdiri dari :

- a. Kredit berjangka waktu 24 bulan sebesar Rp.6.142.000.000 tingkat bunga 24% p.a
- b. Kredit berjangka waktu 36 bulan sebesar Rp.5.373.000.000 tingkat bunga 22% p.a
- c. Kredit berjangka waktu 48 bulan sebesar Rp.3.840.100.000 tingkat bunga 20% p.a

Dari data tersebut diatas, maka dapat dibuat tabel sebagai berikut :

Tabel 1. Jumlah Kredit, Jangka Waktu dan Tingkat Bunga

Jumlah Kredit (000)	Jangka waktu	Tingkat Bunga (Flat Rate)
Rp.6.142.000	2 Tahun	24% Per Annuity
Rp.5.373.000	3 Tahun	22% Per Annuity
Rp.3.840.000	4 Tahun	20% Per Annuity

Berdasarkan diatas, maka skedul penerimaan kredit Loan Repayment (Loan Repayment Schedule) dari masing-masing kredit yang diberikan adalah sebagai berikut:

Thn	Angsuran (000)	Bunga (000)	Total (000)
I	Rp.3.071.000	Rp.1.474.080	Rp.4.545.080
II	Rp. 3.071.000	Rp.1.474.080	Rp.4.545.080
Total	Rp.6.142.000	Rp.2.948.160	Rp.9.090.160

a. Kredit berjangka waktu 2 tahun (24 Bulan) Plafon kredit Rp.6.142.000.000
Tingkat bunga 24% flat rate

Thn	Angsuran (000)	Bunga (000)	Total (000)
I	Rp.1.791.000	Rp.1.182.060	Rp.2.937.060
II	Rp.1.791.000	Rp.1.182.060	Rp.2.937.060
III	Rp.1.791.000	Rp.1.182.060	Rp.2.937.060
Total	Rp.5.373.000	Rp.3.546.180	Rp.8.919.180

b. Kredit berjangka waktu 3 tahun (36 Bulan) Plafon kredit Rp.5.373.000.000
Tingkat bunga 22% flat rate

Thn	Angsuran (000)	Bunga (000)	Total (000)
I	Rp.960.025	Rp.768.020	Rp.1.728.045
II	Rp.960.025	Rp.768.020	Rp.1.728.045
III	Rp.960.025	Rp.768.020	Rp.1.728.045
IV	Rp.960.025	Rp.768.020	Rp.1.728.045
Total	Rp.3.840.100	Rp.3.072.080	Rp.6.912.180

c. Kredit berjangka waktu 4 tahun (48 Bulan) Plafon kredit Rp. 3.840.100.000
Tingkat bunga 20% flat rate

Berdasarkan data serta perhitungan tersebut, maka investasi dari PT.Tridjaya Mulia Sukses dalam bentuk penyaluran kredit konsumtif kepada konsumen adalah sebesar Rp.15.355.100.000 (Lima belas miliar d tiga ratus lima puluh juta, seratus ribu rupiah). Hal ini merupakan pengeluaran awal secara tunai dari kas (initial cash out flow) perusahaan yang dibagi dalam tiga kategori jangka waktu kredit yaitu :

- Kredit untuk jangka waktu 24 bulan atau 2 tahun sebesar Rp.6.142.000.000, dengan tingkat bunga (rate) 24%
- Kredit untuk jangka waktu 36 bulan atau 3 tahun sebesar Rp.5.373.000.000 dengan tingkat bunga (rate) 22%
- Kredit untuk jangka waktu 48 bulan atau 4 tahun sebesar Rp.3.840.100.000 dengan tingkat bunga (rate) 20%

Presentase investasi dalam bentuk pemberian kredit kepada konsumen yang terbesar penyerapannya untuk masing-masing ketiga kategori kredit tersebut diatas adalah sebagai berikut :

- Kredit untuk jangka waktu 24 bulan atau 2 tahun sebesar 40%, dan kredit untuk jangka waktu 36 bulan atau 3 tahun sebesar 35%, sedangkan kredit untuk jangkawaktu 48 bulan atau 4 tahun sebesar 25% dari total kredit yang disalurkan. Dilihat dari aliran kas masuk (cashflow) sebagai hasil dari investasi dana yang ditanam perusahaan dalam bentuk pemberian/penyaluran kredit kepada konsumen (proceeds), untuk masing-masing ketiga kategori kredit tersebut diatas adalah: 1.Kredit untuk jangka waktu 24 bulan atau 2 tahun

dengan tingkat bunga (rate) 24% pertahun. Angsuran pokok + bunga = $\text{Rp.}6.142.000.000 + 2.948.160.000 = \text{Rp.}9.090.160.000,-$

2. Kredit untuk jangka waktu 38 bulan atau 3 tahun dengan tingkat bunga (rate) 22% pertahun. Angsuran pokok + bunga = $\text{Rp.}5.373.000.000 + \text{Rp.}3.546.180.000 = \text{Rp.}8.919.180.000,-$
3. Kredit untuk jangka waktu 48 bulan atau 4 tahun dengan tingkat bunga (rate) 20% pertahun. Angsuran pokok + bunga = $\text{Rp.}3.840.100.000 + \text{Rp.}3.072.080.000 = \text{Rp.}6.912.180.000,-$

Dari hasil pembahasan aliran pengeluaran kas awal (nilai cashflow) dan aliran kas masuk (cashflow) dari hasil investasi (proceeds) perusahaan yang ditanamkan dalam bentuk penyaluran kredit kepada konsumen.

Dari data rekapitulasi cash flow, maka dapat dilihat bahwa tingkat pendapatan bunga (rate) yang tertinggi terdapat pada kredit jangka waktu 3 tahun dengan rate (bunga) sebesar 22%, yaitu sebesar $\text{Rp.}3.546.180.000,-$

Secara akumulatif total cash in flow (kas masuk) dari hasil investasi (proceeds) ketiga secara presentase kenaikan ini sebesar $\text{Rp.}24.921.520.000,-$ atau naik sebesar $\text{Rp.}9.566.420.000,-$ secara presentase kenaikan ini sebesar 62,30%, dimana kenaikan ini dihasilkan dari akumulasi tingkat bunga (rate) dari ketiga kategori kredit yang disalurkan.

Berdasarkan perhitungan Net Cash Flow diatas, maka Net Present Value dari masing-masing ketiga kategori kredit yang disalurkan adalah sebagai berikut : untuk kategori kredit jangka waktu 2 tahun dengan

diskon factor 24% selama 2 tahun didapati total present valuenya (nilai tunai sekarang) sebesar $\text{Rp.}6.621.318.000,-$ sedangkan present value dari pengeluaran modal (capital outlays) sebesar $\text{Rp.}6.142.000.000,-$ sehingga didapati total Net Present Valuenya sebesar plus $\text{Rp.}479.318.000$.

Hal ini mengartikan bahwa investasi dana yang ditanamkan dalam bentuk kredit berjangka waktu selama 2 tahun dengan tingkat bunga (rate) 24% pertahun sangat layak karena Net Present Valuenya (NPV) lebih besar dari 0 atau $\text{NPV} > 0$. Sama halnya dengan investasi dana yang ditanamkan dalam bentuk kredit berjangka waktu 3 tahun, dimana dengan diskon factor sebesar 22% selama tiga tahun didapati total Present Valuenya (PV) atau nilai tunia sekarang sebesar $\text{Rp.}6.071.702.000,-$ sedangkan Present Value dari pengeluaran modal (Capital outlays) hanya sebesar $\text{Rp.}5.373.000.000,-$ Sehingga didapati total Net Present Valuenya sebesar $\text{Rp.}698.702.000$. Hal ini mengartikan bahwa investasi dana yang ditanamkan dalam bentuk kredit berjangka waktu slama 3 tahun dengan tingkat bunga (rate) 22% pertahun sangat layak karena Net Present Valuenya (NPV) lebih besar dari 0 atau $\text{NPV} > 0$. Demikian juga halnya dengan investasi dana yang ditanamkan dalam bentuk kredit berjangka waktu 4 tahun, dimana dngan diskon factor sebesar 20% selama 4 tahun, didapati Present Valuenya (PV) atau nilai sekarang dari dana yang diinvestasikan sebesar $\text{Rp.}3.840.100.000$, sehingga didapati total Net Present Valuenya (NPV) sebesar $\text{Rp.}633.116.000$.

Hal ini mengartikan bahwa investasi dana yang ditanamkan dalam bentuk kredit

berjangka waktu 4 tahun dengan tingkat bunga sebesar 20% selama 4 tahun sangat layak karena Net Present Valuenya (NPV) lebih besar dari 0 atau $NPV > 0$. Artinya nilai NPV dapat menutupi biaya modal (Cost of Capital).

PENUTUP

• KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan, diperoleh kesimpulan. (1) Investasi dana dalam bentuk pemberian kredit konsumtif oleh perusahaan PT.Tridjaya Mulia Sukses Manado kepada konsumen dalam memperoleh kendaraan bermotor roda dua, adalah merupakan usaha pokok dari perusahaan. Dalam pemberian kredit konsumtif kepada konsumen untuk memperoleh kendaraan bermotor dibidang finansial, kredit yang diberikan kepada konsumen dibagi menjadi tiga kategori yaitu : kredit berjangka waktu 2 tahun (24 bulan) dengan tingkat bunga 24%, dan kredit yang berjangka waktu 3 tahun (36 bulan) dengan tingkat bunga 22%, serta kredit yang berjangka waktu 4 tahun (48 bulan) dengan tingkat bunga 20%. (2) Dari hasil analisa data terlihat bahwa tingkat pemberian kredit yang tertinggi berada pada kredit yang berjangka waktu 2 tahun (24 bulan), yaitu sebesar 40%, sedangkan tngkat pendapatan tertinggi yang dihasilkan bunga (rate) berada pada kredit yang berjangka waktu 3 tahun (36 bulan) yaitu sebesar 23% dari total kredit yang diberikan. Sedangkan kredit yang berjangka waktu 2 tahun (24 bulan) dan kredit yang berjangka waktu 4 tahun (48 bulan) masng-masing hanya sebesar 19% dan 20%. (3) Dari hasil analisa dan perhitungan Net Present Value (Nilai sekarang netto) dari nilai hasil inestasi dana

yang ditanamkan dalam bentuk pemberian kredit kepada konsumen memperlihatkan bunga yang berbeda, semuanya menghasilkan Net Present Value yang positif artinya Present Value (PV) Cash Inflow (Proceeds) lebih besar dari Present Value (PV) Cash Outflow (Capital Outlays). Dengan demikian investasi dana yang ditanamkan perusahaan dalam bentuk pemberian kredit kepada konsumen sangat layak dan dapat diterima karena Net Pesent Valuenya (NPV) lebih besar dari 0 atau $NPV > 0$. (4) Dari hasil analisa dan perhitungan Internal Rate of Return (IRR) dari investasi dana yang ditanamkan dalam bentuk pemberian kredit kepada konsumen, memperlihatkan bahwa ketiga kategori kredit yang diberikan dengan jangka waktu dan tingkat bunga yang berbeda semuanya menghasilkan nilai Rate of Returnnya yang lebih besar dari pada Rate of Return yang dikehendaki.

Adapun nilai Internal Rate of Return (IRR) dan tingkat Rate of Return yang dikehendaki dari ktiga kategori kredit yang diberikan adalah sebagai berikut : kredit yang berjangka waktu 2 tahun nilai Internal of Returnnya sebesar 30,6%, dan tingkat Rate of Return yang dikehendaki sebesar 24%. Kredit untuk jangka waktu 3 tahun nilai Internal of Returnnya sebesar 30,3% dan tingkat Rate of Return yang dikehendaki sebesar 20%. Kredit jangka waktu 4 tahun nilai Internal of Returnnya sebesar 29,8%, dan tingkat Rate of Return yang dikehendaki sebesar 20%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa investasi dana yang ditanamkan dalam bentuk pemberian kredit kepada konsumen sangat layak dan dapat diterima karena nilai Internal Rate of

Returnnya dari masing-masing kredit yang diberikan, lebih besar dari tingkat Rate of Return yang dikehendaki dari masing-masing ketiga kategori yang diberikan.

- **SARAN**

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dapat disarankan sebagai berikut : **(1)** Dalam penyelenggaraan aktifitas perkreditannya, perlu adanya kerjasama dengan sektor perbankan, dalam hal pembiayaan bersama dalam penyaluran kredit kepada konsumen yang memerlukan kendaraan roda dua. **(2)** Perlu adanya kebijakan-kebijakan khusus dalam menentukan dan menetapkan tingkat suku bunga (rate) kredit agar lebih kompetitor dengan perusahaan-perusahaan sejenis lainnya. Misalnya dengan kebijakan sistim kredit bunga (rate) menurun atau sliding rate. **(3)** Untuk menghindari terjadinya kredit macet (Non Performance Loan), maka dalam kebijakan pemberian kredit, seharusnya selalu dilakukan dengan asas kehati-hatian (Prudent) dengan menggunakan pola perkreditan yaitu pola 4 P dan 5 C. **(4)** Untuk dapat menjaring konsumen lebih banyak, perlu diadakan pemberian bonus bagi konsumen (debitur) yang baik dalam memenuhi kewajibannya. Bonus biasanya dalam bentuk bebas pembayaran bunga untuk 1x angsuran, atau bonus dalam bentuk lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bambang Riyanto. 2001. *Dasar-Dasar Pembelajaran Perusahaan*. Yogyakarta : Edisi 4. BPFE.
- H. Rachmat Firdaus. 2004. *Manajemen Perkreditan Bank Umum*. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Kasmir. 2014. *Dasar-Dasar Perbankan*, PT.RajaGrafindo Persada.
- Soemarso.R. 2004. *Tentang Pengkreditan*, Jakarta : PT.Gramedia Pustaka Umum.
- UU No.10 Tahun 1998 *tentang perbankan* (Leon dan Ericson,2007:1).